

ANALISIS PENGARUH PENILAIAN KONSUMEN ATAS

STORE ATTRIBUTES TERHADAP STORE LOYALTY

RAMAYANA DEPARTMENT STORE GRESIK

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN**



DIAJUKAN OLEH :

FARIDAH RACHMAWATI

No. Perek 04961525



**KEPADA
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2002**

SKRIPSI

ANALISIS PENGARUH PENILAIAN KONSUMEN ATAS *STORE*

***ATTRIBUTES* TERHADAP *STORE LOYALTY* RAMAYANA**

DEPARTMENT STORE GRESIK

DIAJUKAN OLEH :

FARIDAH RACHMAWATI

No. Pokok 049615254



TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING,


SRI HARTINI SE, MSI

TANGGAL 13-02-2003

KETUA PROGRAM STUDI,


DR. HAMIRUDDIN UMAR, SE

TANGGAL 20-02-2003

ABSTRAKSI

Tingkat persaingan yang tinggi dalam bisnis ritel sekarang ini menyebabkan peritel harus lebih memperhatikan konsumennya. Konsumen akan tetap setia kepada suatu toko apabila toko itu dapat memberikan suatu kesan atau citra yang baik di benak konsumennya. Penilaian konsumen terhadap suatu toko salah satunya meliputi penilaian konsumen atas atribut-atribut yang dimiliki toko. Ada 7 atribut yang dimiliki oleh suatu toko yaitu *general attributes* (atribut umum), *merchandise attributes* (atribut barang dagangan), *price attributes* (atribut harga), *physical attributes* (atribut fisik), *customer service* (pelayanan pelanggan), *promotion tools* (alat-alat promosi), dan *community service* (pelayanan kepada masyarakat). (Bermann evans, 1993, 461). Apabila penilaian terhadap atribut-atribut toko baik, akan mendorong terbentuknya loyalitas toko.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penilaian konsumen atas *store attributes* terhadap *store loyalty* pada konsumen Ramayana department store Gresik. Penelitian ini menggunakan alat analisis berupa **Regresi Linear Berganda**. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah penilaian konsumen atas atribut-atribut toko (*store attributes*) dan variabel tergantungnya adalah *store loyalty* konsumen Ramayana department store Gresik.

Sebanyak seratusa sampel diambil dalam penelitian ini. Uji validitas dan reliabilitas yang digunakan adalah **r Pearson Product Moment** dan metode **Alpha Cronbach**.

Hasil penelitian ini adalah :

$$Y = -1,28 + 0,180 X_1 + 0,379 X_2 + 0,234 X_3 + 0,161 X_4 + 0,209 X_5 + 0,215 X_6 + 0,087 X_7 + e$$

Hasil uji F (uji simultan) menunjukkan bahwa penilaian konsumen atas *store attributes* berpengaruh signifikan terhadap *store loyalty* konsumen Ramayana department store Gresik, sedangkan uji t (uji parsial) menunjukkan bahwa ketujuh atribut toko berpengaruh signifikan terhadap *store loyalty* konsumen Ramayana department store Gresik. Atribut barang dagangan (*merchandise attributes*) mempunyai pengaruh yang dominan, kemudian atribut harga (*price attributes*), *customer service* (pelayanan pelanggan), alat-alat promosi (*promotion tools*), atribut umum (*general attributes*), atribut fisik (*physical attributes*), dan terakhir pelayanan kepada masyarakat (*community service*).

Ramayana department store Gresik disarankan untuk lebih memperhatikan atribut barang dagangan tanpa mengabaikan atribut-atribut yang lainnya karena atribut ini mempunyai pengaruh yang paling dominan dalam mempengaruhi konsumen untuk loyal pada Ramayana department store Gresik.